

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Penelitian yang terdiri dari identifikasi masalah, pengumpulan data dan analisis data yang telah penulis laksanakan telah menghasilkan kesimpulan yang dapat menjawab identifikasi masalah, yaitu:

1. *Competitive strategy* yang diimplementasikan oleh BAJUKUKEREN sebagai UMKM yang sudah *online* adalah strategi *Best-Cost Provider*. Hal tersebut berdasarkan dari analisis pada indikator-indikator gabungan antara strategi *Low-Cost Provider* dan *Broad Differentiation* yang dimiliki oleh perusahaan dimana BAJUKUKEREN dapat menjual produknya dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing namun, dengan kualitas bahan yang baik. Konsep *Low-Cost Provider* terlihat pada harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan pesaing yang disebabkan proses bisnis yang lebih sederhana, sedangkan konsep *Broad Differentiation* terlihat pada desain pakaian yang terbatas dan berbeda dengan pesaing lainnya. Segemntasi dari BAJUKUKEREN juga sudah berfokus pada wanita Muslim berumur 25 - 45 tahun di Indonesia yang membuat strategi *Best-Cost Provider* menjadi lebih mudah untuk diimplementasikan Tingkat kompetitif BAJUKUKEREN yang baik pada industri sejenis terutama pada

penjualan dan pemasaran didukung juga oleh penggunaan media *online* atau *e-commerce*.

2. Setelah menggunakan *competitive strategy* yaitu *Best-Cost Provider* performa bisnis BAJUKUKEREN mengalami perubahan. Perubahan tersebut terjadi setelah memasuki tahun 2015 dimana BAJUKUKEREN sudah menggunakan *competitive strategy* yaitu *Best-Cost Provider*. Peningkatan pada volume penjualan dan pendapatan dari harga jual merupakan perubahan yang terlihat pada performa perusahaan. Hal tersebut didukung dengan penggunaan media *online* atau *e-commerce* untuk menawarkan dan menjual produk BAJUKUKEREN. Peningkatan yang terjadi sangat signifikan dan berpengaruh positif pada kelangsungan hidup perusahaan sampai saat penelitian ini selesai dilakukan.

## **6.2. Saran**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penulis merumuskan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk perkembangan yang lebih positif dan baik ke depannya. Rumusan saran tersebut antara lain:

1. Perusahaan dapat mengembangkan data yang berasal dari interaksi dan relasi dengan konsumen melalui media sosial untuk menjadi salah satu acuan dalam inovasi produk berkelanjutan yang lebih baik terutama pada desain produk yang lebih unik dan sulit untuk ditiru.
2. Perusahaan juga dapat melakukan interaksi dengan konsumen untuk mendapatkan informasi yang mampu memberikan masukan dalam menentukan

harga yang sesuai, sehingga keputusan dalam penentuan harga tidak terlalu cepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cadle, J., Paul, D., & Turner, P. (2010). *Business Analysis Techniques 72 Essential Tools for Success*. Chippenham: British Informatics Society Limited.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2012). *Business Research Methods*. New York: McGraw-Hill.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (Vol. 13). Florence, South Carolina: Prentice Hall.
- Effendi, A. (2017). *Perdagangan Berbasis Online Naik 17 Persen*. Diambil kembali dari PikiranRakyat: <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/03/25/perdagangan-berbasis-online-naik-17-persen-397177>
- Hill, C. W., & Jones, G. R. (2009). *Essentials of Strategic Management*. Mason: South-Western CENGAGE Learning.
- Karagozoglu, N., & Lindell, M. (2004). Electronic commerce strategy, operations, and performance in small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 290.
- Lambert, D. W. (2001). *Towards A Strategy-Balanced Measure For Business Performance: Conceptualization and Emperical Examination with The Market Orientation Construct*.
- Lopez, F. J. (2014). *Handbook of Strategic E-Business Management*. Heidelberg: Springer.

- Nurrohmah, A., & Alfanur, F. (2016). Adopsi E-Commerce Pada Usaha Mikro dan Kecil di Bandung (Studi Kasus Subsektor Fesyen). *e-Proceeding of Management Vol.3*, 1120.
- Nursalam. (2003). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan Pedoman Skripsi, Tesis dan Instrumen Penelitian Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Peteraf, M., Thompson, A., Gamble, J., & Strickland, A. (2015). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases*. New York: McGraw-Hill Education.
- Pikiran Rakyat. (2017, Maret 31). *100.000 UMKM Dipasarkan Secara Online*. Diambil kembali dari PikiranRakyat: <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/03/31/100000-umkm-dipasarkan-secara%20online-397721>
- Pratiwi, G. (2017). *Bisnis Online Tumbuh Lebih Cepat Dibanding Offline*. Diambil kembali dari PikiranRakyat: <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/05/24/bisnis-online-tumbuh-lebih-cepat-dibanding-offline-401817>
- Qin, Z., Chang, Y., Li, S., & Li, F. (2013). *E-Commerce Strategy*. Hangzhou: Springer.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*. Diambil kembali dari <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Suryabrata, S. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali.